

直接対話で顧客の声を正確に聞き取り、商品やサービスに反映

株式会社さらいと（福岡県福岡市）

カテゴリー
A(3)
B-2(3)

取組の背景 - 直接配送を通じて構築した顧客との信頼関係を更に発展させるために。

- ・当社は、福岡県内を中心にウォーターサーバーを使ったミネラルプラスウォーター（不純物を除去したうえでミネラルをプラス）の宅配事業を展開している。
- ・5,000件以上ある顧客には、エリアごとに決められた自社の担当者が直接ボトルを配送。2週間、4週間といった決まったサイクルでエリア担当者が訪問するため、長くお付き合いしていく中で顧客とは深い信頼関係を構築している。
- ・この関係をさらに発展させるため、担当者の知識向上や商品・サービスの拡大等、様々なことに挑戦している。

アクション A(3)声の商品・サービス開発への反映、B-2(3)消費者の評価を集める仕組み

担当者が意見のニュアンスまで聞き取って社内で集約

- ・定期訪問で顔なじみになった社員が接することで、顧客から寄せられる声・意見のニュアンスまで汲み取ることができる。そうして集めた声は業務日報のコメント欄に記入してもらい、営業エリアごとに集約して社内で共有している。
- ・また自宅を訪問し、家の中に入って設置することもあり、ついでにいろいろなことを頼まれることがある。そうして把握したニーズも商品・サービスづくりに活かしている。

顧客の声を活かした商品・サービスにはどのようなものが？

- ・当社が属するアルサグループでは、クリーニングや清掃作業等も展開。そこで、自宅訪問にあわせて提供できる「+αサービス」として、宅配クリーニング、ハウスクリーニングサービス等を提供している。
- ・また、コロナ禍で自宅で過ごす時間が増えてからは、SDGsをセレクト基準にした食品、飲料をカタログ販売する「saratoki」も始めた。
- ・他にも、ボトルを上を持ち上げるのは大変だという意見を踏まえて、ボトルを下に置いても使えるサーバーの開発等を始めている。



メイン商品の水「さらいと」

自宅に入り、サーバーにセットすることもある。



さらいとセレクト
saratoki



暮らしのアイテム
& ComfyLife



宅配クリーニング
Solairo Cleaning Factory



お掃除サービス
オフィス&ハウスクリーニング

「+αサービス」として提供されているサービス

（画像） 同社ホームページより

ポイント

- ・エリアごとに決められた担当者が顧客からの声を直接収集。
- ・担当者が顧客の声を正確に受け止められるよう、商品・サービスを実体験。

株式会社さらいと

https://www.salalight.co.jp/ 所在地：福岡県福岡市
従業員数：約30名（2022年1月現在）

取組効果

- ・顧客との対話の中でつかんだニーズを、商品やサービスに反映させることで、顧客との関係をさらに良好なものに発展。

※ この事例集は、企業への取材を元に九州経済産業局消費経済課が作成しています。取材や資料提供等については当該企業から協力を得ていますが、記事の内容・表現等は九州経済産業局の編集によるものです。
なお、この事例集は消費者とのコミュニケーションにより成長を図る企業の取組事例を紹介することを目的としています。掲載されている商品・サービス等について、九州経済産業局として推奨したり、その内容を保証することを目的としていません。

【公表日：2022年3月14日】